



**CCI SEINE-ET-MARNE**

## **Forum de l'International en Seine-et-Marne** **20 novembre 2012**

### **Contribution pour Madame la Ministre du Commerce Extérieur**

Pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive, dans le cadre de l'initiative des CCI d'Ile-de-France « Faites de l'International », la CCI Seine-et-Marne organise avec Ubifrance, les Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger (CCIFE) et les principaux partenaires de l'accompagnement à l'international, le Forum de l'International.

A l'occasion de la participation de Madame la Ministre du Commerce Extérieur à ce Forum, les membres de la Commission Relations Internationales de la CCI Seine-et-Marne ont souhaité préparer avec des dirigeants de PME seine-et-marnaises réalisant une part significative de leur chiffre d'affaires à l'international une contribution présentant leurs contraintes et enjeux concrets, et émettre des suggestions sur les mesures qui pourraient être prises pour améliorer la compétitivité des entreprises françaises à l'export.

### **Gagner la bataille de l'export en levant les freins au développement à l'international**

Les entreprises exportatrices interrogées ont toutes souligné la nécessité d'être financièrement très solides avant de se lancer à l'export, pour pouvoir par exemple être capables de supporter les variations de taux de change, ou se développer à l'étranger par une implantation locale. L'insuffisance des fonds propres des PME françaises est un handicap non négligeable dans la bataille de l'export.

Les entreprises exportatrices interrogées s'accordent sur le fait que l'international est totalement intégré par les grands groupes, la problématique se posant en fait pour les PME. Le problème ne concerne pas les outils de financements, l'offre actuelle proposée par la COFACE et OSEO étant considérée comme claire et lisible. La création de la future Banque Publique d'Investissement souhaitée par les pouvoirs publics devrait en outre permettre d'optimiser un peu plus ces dispositifs au service des entreprises exportatrices.

L'innovation est également un facteur déterminant de la compétitivité à l'international.

Toutefois, de nombreux freins au développement de nos PME à l'international ont été abordés par nos entrepreneurs, actifs sur de nombreux marchés. Plus que de financements, ils ont indiqué avoir besoin avant tout de soutiens face aux lourdeurs administratives, juridiques, réglementaires... Trois niveaux d'action ont été envisagés : national, européen et international.

## **Le syndrome français de la « petite entreprise »**

Le tissu économique français se caractérise par un nombre très important de « petites » PME, qui ne disposent pas de la taille critique permettant d'assurer leur développement à l'international, notamment par le dépôt de brevets leur permettant de protéger leur savoir-faire. De nombreux facteurs, notamment normatifs et fiscaux, contribuent à expliquer le faible nombre de PME/PMI réellement armées pour l'export, comparativement à nos compétiteurs européens tels que l'Allemagne ou l'Italie.

Au-delà du soutien aux grands groupes nationaux très actifs à l'international, les efforts devraient aujourd'hui être concentrés sur les établissements de taille intermédiaire – ETI – et les PME à potentiel, en accompagnant ces dernières pour leur permettre d'assurer leur développement, la stratégie export devant être intégrée dans la stratégie globale de l'entreprise.

Indépendamment des ventes à l'export assurées par une présence commerciale, voire renforcée dans certains cas par des implantations locales issues d'opérations de croissance externe, il paraît déterminant, notamment pour les secteurs de l'industrie, de déployer une présence industrielle hors de France. Selon les secteurs, les entreprises, pour se développer – voire pour survivre – sont conduites à des présences de différents niveaux à l'étranger : de l'agent commercial au site de production local en passant par la filiale de distribution. Des délocalisations ou des opérations de croissance externe sont parfois indispensables pour préserver des activités en France. Dans certains cas cela génère en France de nouveaux emplois à forte valeur ajoutée.

***Proposition 1 : Accompagner durablement à l'international des PME à potentiel, favorisant leur évolution vers une structuration et une taille critique leur permettant d'innover, d'acheter des brevets et de se développer à l'international tout en impliquant les grands groupes dans un portage réel et efficace***

***Proposition 2 : Favoriser l'internationalisation des entreprises industrielles en accompagnant la stratégie globale de l'entreprise par l'accès aux dispositifs de soutien en veillant à accroître la Valeur Ajoutée générée en France***

Il serait sans doute judicieux de développer le Crédit Impôt Export en ouvrant les limites de durée, de montant et de contraintes de recrutement ... en fonction de la progression des ventes à l'international. Se pose par ailleurs le problème du seuil des 50 salariés contraignant pour le chef d'entreprise, et qui peut conduire aujourd'hui à favoriser un émiettement en plusieurs structures juridiques.

## **Une Union Européenne garante des conditions d'une juste compétition à l'international**

Dans une économie globalisée, l'accompagnement et le soutien des entreprises françaises exportatrices ne peut faire l'impasse sur des actions concertées au niveau européen, par exemple en leur donnant les moyens de conforter leurs bases sur le marché intérieur avant de s'ouvrir à la concurrence internationale. Un chef d'entreprise indique par exemple qu'en Autriche ses concurrents disposent de 99 % de parts de marché, la favorisation des acteurs locaux, non explicite, jouant à fond chez tous les acheteurs. De ce fait, leur point mort est atteint sur le marché intérieur.

Ainsi, en France, avec une politique de prix très agressive, ils peuvent obtenir 70 % de parts de marché, les acheteurs publics français rejetant tout mécanisme discriminatoire visant à favoriser les entreprises locales, ou les PME au détriment des grands groupes.. Pour se développer à l'export nos entreprises ont besoin de notre marché intérieur, et les chefs d'entreprises s'interrogent sur les moyens dont nous disposons pour que les acteurs publics intègrent, à tout le moins, l'emploi local dans leur décision.

De même, à l'heure où la France perd de nombreuses parts de marchés en Europe en raison notamment d'une meilleure préparation des entreprises des autres pays à l'évolution des normes, l'implication des représentants nationaux dans les différents organismes communautaires doit être renforcée.

### **Normalisation : un impact direct pour nos entreprises**

Avancée majeure dans le fonctionnement du marché commun, la mise en place de normes à l'échelle communautaire est loin d'être neutre pour la compétitivité de nos entreprises, qui doivent adapter – parfois avec des coûts très lourds à supporter dans des délais contraints - leurs outils productifs et leurs process. L'absence ou la faible représentation des intérêts français dans les organes et multiples comités techniques impliqués dans les processus de normalisation contribuent à désavantager nos entreprises face à leurs concurrentes, dont les Etats et groupements professionnels ont bien compris l'enjeu stratégique que représente la normalisation et agissent de concert pour optimiser leurs positions.

***Proposition 3 : renforcer la présence française dans les organes impliqués dans les processus de normalisation européens, et améliorer, dans le cadre d'une vraie stratégie d'influence, la coordination entre les représentants du monde économique et les pouvoirs publics à tous les niveaux ; structurer une équipe nationale « task force » dédiée à l'accompagnement des entreprises sur les problématiques de normalisation à l'international, sujet qui demeure difficile à l'échelle des PME***

### **Réciprocité réelle : permettre à nos entreprises de se battre à armes égales à l'international**

Nombre de nos entreprises se développant à l'international se heurtent encore aux barrières non tarifaires mises en place par des Etats toujours plus enclins au protectionnisme dans un contexte de crise économique.

L'Union Européenne doit permettre l'ouverture de ces marchés à nos entreprises, en imposant un principe de réciprocité réelle à ses partenaires commerciaux. L'absence de position commune à ce sujet au niveau européen pénalise inévitablement nos entreprises à l'international. L'ouverture du marché communautaire sans contreparties équivalentes de nos partenaires commerciaux conduit en outre à fragiliser nos entreprises sur leurs marchés domestiques et voisins.

***Proposition 4 : Poser le principe de réciprocité réelle dans les accords commerciaux avec l'Union Européenne ; favoriser l'accès aux marchés publics de l'Union aux entreprises européennes et notamment au bénéfice des PME***

## **Accompagner sur le terrain les PME à l'international**

### **Ajuster les moyens aux enjeux dans les pays à potentiel**

Les chefs d'entreprises interrogés s'étonnent du manque de moyens (ou de l'inadéquation des moyens) consacrés par les différents acteurs français à l'international sur des pays à fort potentiel tels que BRIC.... Ainsi, les missions économiques, même si de nombreux progrès ont été observés ces dernières années, ne sont toujours pas aujourd'hui à-même de jouer pleinement leur rôle dans ces nouvelles puissances émergentes.

L'exemple de l'Inde a ainsi été cité. Il n'y a par exemple pas de mission à Bangalore, destination en plein développement économique. Par ailleurs, ce sont de très jeunes collaborateurs manquant d'expérience qui sont affectés dans les pays émergents alors que ce sont les marchés les plus porteurs. Les chefs d'entreprises français rencontrent également des difficultés pour obtenir des visas d'affaires longue durée. Cette contrainte est d'autant plus mal vécue que leurs concurrents britanniques de leur côté semblent y échapper.

Alors que « l'Equipe de France » de l'export est composée de nombreux acteurs au premier rang desquels Ubifrance, le réseau des Chambres de Commerce et d'Industrie (de France ainsi qu'à l'étranger), les entreprises seine-et-marnaises exportatrices expriment le souhait de voir se développer la notion de « Maison France », qui serait une structure de référence pour les entreprises françaises à l'étranger, où celles-ci pourraient trouver des bureaux pour domicilier leurs salariés, de l'aide juridique... ainsi que l'ensemble des acteurs et compétences qui accompagnent sur le terrain nos entreprises exportatrices.

De façon plus large, le souhait du gouvernement de confier aux Régions le rôle de pilotes Export pose la question de la cohérence des actions d'accompagnement vers les différents marchés d'export. Ce rôle de pilote des Régions peut effectivement contribuer en France à une meilleure mobilisation des entreprises selon une stratégie concertée, avec des priorités clairement définies de filières et de secteurs géographiques de destination. Cela peut être positif si cela se traduit par une coopération renforcée de tous les acteurs impliqués. Cela peut au contraire s'avérer néfaste et coûteux, par un morcellement de la cohésion et de la visibilité française à l'étranger, en cas par exemple de multiplication de structures régionales à l'étranger à l'efficacité limitée.

***Proposition 5 : Concentrer et fédérer les moyens, humains et matériels, sur les marchés porteurs que ce soit par l'approche géographique ou sectorielle « filières industrielles »***

***Proposition 6 : Regrouper les différents acteurs qui accompagnent les entreprises à l'international dans des « Maison France », point d'entrée unique et base de ressources pour les entrepreneurs à l'étranger.***

## **Aide juridique aux entreprises**

Accéder à un conseil juridique de qualité est l'un des points qui revient le plus souvent lorsque l'on aborde les difficultés rencontrées sur le terrain par les entreprises exportatrices seinoise-et-marnaises : comment avoir accès aux normes en vigueur dans un pays ? Quelles structures juridiques adopter dans le cadre d'ouverture de filiales à l'étranger ? Comment faire porter des salariés chargés de préparer une future implantation ? Telles sont quelques unes des questions qui se posent. L'accompagnement juridique de nos entreprises à l'international est indispensable pour assurer leurs bonnes conditions de développement, tant ces aspects peuvent impliquer de conséquences significatives, notamment pour la sécurité juridique de nos PME (exemple du marché nord-américain ou Chinois)

***Proposition 7 : Structurer l'aide juridique aux entreprises exportatrices dans nos implantations à l'étranger « Maison France », pour bénéficier de réelles expertises locales.***

## **Démocratiser le VIE pour les PME**

Le Volontariat International en Entreprise – VIE – constitue un levier très intéressant de développement à l'international pour nos entreprises. Au-delà du dispositif national géré par Ubifrance, des initiatives ont vu le jour pour permettre de faciliter l'accès des VIE aux petites PME, via la mise en place de VIE à temps et coût partagés entre plusieurs entreprises. Ces dispositifs, aujourd'hui soutenus par différents acteurs (Agence régionale de développement économique, fédérations professionnelles par exemple) ne sont pas forcément accessibles - et lorsqu'ils le sont l'interlocuteur n'est pas forcément le même - pour l'ensemble de nos PME. La généralisation du VIE à temps et coût partagés peut pourtant être un outil pertinent pour doter nos PME des ressources humaines adaptées à leur développement à l'international, sans compter l'intérêt que représentent ces dispositifs pour les étudiants et les jeunes diplômés.

***Proposition 8 : Généraliser l'accès au VIE à temps et coût partagé pour les PME en l'intégrant à l'offre d'Ubifrance***

## **Repenser le financement de l'offre d'assistance aux entreprises**

L'offre de services proposée aux entreprises souhaitant se développer à l'international s'inscrit aujourd'hui dans une logique de prestations de service. Alors que la réussite des PME à l'international est statistiquement faible, la facturation des prestations dès l'entrée de l'entreprise dans le dispositif Ubifrance revêt une importance particulière pour les PME, d'autant que l'issue de leurs démarches d'internationalisation ne sont que probables et non assurées. Un financement repensé de cette offre d'assistance aux entreprises, fondé sur une contribution des entreprises ayant réussi leur implantation à l'international, permettrait de la rendre plus accessible pour les PME à potentiel.

***Proposition 9 : Financer l'offre d'assistance aux entreprises via une contribution des entreprises ayant réussi leur implantation à l'international***